

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan *experiential marketing* terhadap minat berkunjung ulang pada obyek wisata Kawasan Panorama Agro Sidomukti dengan kepuasan pengunjung sebagai variabel intervening. Pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling* dengan kriteria responden berdomisili di Kota Semarang dan pernah melakukan kunjungan di Kawasan Panorama Agro Sidomukti minimal satu kali. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Jumlah sampel yang diperoleh dalam penelitian ini sebanyak 110 responden. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *path analysis* pada SPSS versi 22.

Dalam penelitian ini diperoleh hasil bahwa kualitas layanan dan *experiential marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengunjung, serta kepuasan pengunjung berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat berkunjung ulang. Kualitas layanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat berkunjung ulang, sedangkan *experiential marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pengunjung untuk berkunjung ulang.

**Kata Kunci:** Kualitas Layanan, *Experiential Marketing*, Kepuasan Pengunjung, Minat Berkunjung Ulang